

TRANSFORMASI UMKM: POTENSI E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN KEUNTUNGAN

Oleh:

Salimatus Syafa'ah¹

Abdur Rohman²

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten
Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: salimatussyafaah@gmail.com, Abdurrohman@gmail.com.

Abstract. *This study examines the transformation of Indonesian micro, small and medium enterprises (MSMEs) using e-commerce as a primary strategy to increase profits and competitiveness in the digital era. The background research is the achievement of the role of MSM in the economy, but is still balanced by the challenges of technological adaptation and changes in consumer behavior. The research method used has been described qualitatively with a literature approach that analyzes literature, scientific articles and related documents. The results of the study indicate that the implementation of e-commerce provides great opportunities to expand market reach to domestic and international levels, improve operational efficiency and promote product and service innovation. However, the digital conversion process still faces obstacles such as low digital literacy, limited access to technology, and concerns about the security of online transactions. This study highlights the importance of synergy between the government, private sector and society in creating an integrated and sustainable digital ecosystem. With the right support, MSMEs can take advantage of the possibilities of e-commerce well to increase competitiveness and contribute to the country's economic growth.*

Keywords: MSME, E-Commerce, Economic Growth.

Abstrak. Studi ini meneliti transformasi perusahaan mikro, kecil dan menengah Indonesia (UMKM) dengan menggunakan *e-commerce* sebagai strategi utama untuk

Received May 25, 2024; Revised June 04, 2025; June 09, 2025

*Corresponding author: salimatussyafaah@gmail.com

TRANSFORMASI UMKM: POTENSI E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN KEUNTUNGAN

meningkatkan keuntungan dan daya saing di era digital. Penelitian latar belakang menerangi peran kunci dalam perekonomian UMKM, tetapi masih diimbangi oleh tantangan penyesuaian teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Metode penelitian yang digunakan telah dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan literatur yang menganalisis literatur, artikel ilmiah dan dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *e-commerce* memberikan peluang besar untuk memperluas rentang pasar ke tingkat domestik dan internasional, meningkatkan efisiensi operasional dan mempromosikan inovasi produk dan layanan. Namun, proses konversi digital masih menghadapi hambatan seperti literasi digital rendah, akses terbatas ke teknologi, dan kekhawatiran tentang keamanan transaksi *online*. Studi ini menyoroti pentingnya sinergi antara pemerintah, sektor swasta dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem digital yang terintegrasi dan berkelanjutan. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat menggunakan kemungkinan *e-commerce* dengan baik untuk meningkatkan daya saing dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi negara.

Kata Kunci: UMKM, *E-Commerce*, Pertumbuhan Ekonomi.

LATAR BELAKANG

Perekonomian Indonesia bergantung pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang memberikan kontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Namun, UMKM menghadapi tantangan ditengah pesatnya kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Transformasi maju melalui *e-commerce* adalah solusi strategi yang kini banyak digunakan.¹

E-commerce membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka, memungkinkan produk dijangkau oleh konsumen baik di tingkat nasional maupun internasional melalui strategi digital yang lebih terintegrasi. Dengan mencakup pasar yang lebih luas, UMKM memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan secara substansial sekaligus mempercepat pertumbuhan dan pengembangan bisnis mereka.

Transformasi digital melalui e-commerce memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan efisiensi operasional, mempercepat alur bisnis, serta meningkatkan kualitas layanan bagi pelanggan melalui sistem yang lebih terintegrasi. *Digitalisasi* proses

¹ Desti Angraini and others, 'TRANSFORMASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO , KECIL , DAN MENENGAH (UMKM) INDONESIA ', 7.2 (2024), pp. 132–42.

penjualan, pembayaran, hingga pengiriman barang dapat dilakukan dengan lebih mudah dan transparan. Selain itu, data dan analitik yang tersedia dalam ekosistem *e-commerce* memungkinkan pelaku UMKM untuk membuat keputusan bisnis yang lebih strategis dan berbasis informasi².

Namun, proses transformasi ini tidak selalu berjalan mulus. Banyak UMKM yang masih menghadapi kendala seperti keterbatasan akses teknologi, rendahnya literasi komputerisasi, hingga tantangan dalam mengelola pemasaran secara *online*. Oleh karena itu, sinergi antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat menjadi kunci dalam membangun ekosistem maju yang inklusif, guna mendorong pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan dan semakin kompetitif.³

KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Indonesia sangat tanggap terhadap *e-commerce* dan menjadikan inovasi pemasaran sebagai prioritas utama dalam menghadapi perubahan pasar, khususnya setelah pandemi Covid-19 dengan adanya transformasi digital melalui *e-commerce*. Teknologi digital *e-commerce* sangat dibutuhkan oleh UMKM untuk mempermudah penjualan produk, memperluas jangkauan konsumen, serta meningkatkan daya saing produk atau jasa mereka. Namun, proses adaptasi ini juga diwarnai tantangan seperti keterbatasan literasi digital, infrastruktur teknologi yang belum merata, dan kesulitan dalam mengintegrasikan pemasaran *offline* dan *online* sebagai strategi bertahan hidup di era digital.

Selain itu, dukungan pemerintah dan peran *platform* digital sangat penting untuk mempercepat transformasi UMKM ke sektor digital. Pemerintah telah mendukung UMKM untuk menggunakan teknologi digital melalui program pelatihan, bantuan, dan infrastruktur. Dengan memanfaatkan *e-commerce*, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan, tetapi juga memperlancar operasi bisnis dan memperkuat kehadiran di pasar nasional maupun global. Studi juga menyoroti pentingnya kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas UMKM untuk menciptakan

² Penelitian Multidisiplin, Negara Berkembang, and Maghfirah Sari Azis, 'Jurnal Indragiri Transformasi Digital Pada UMKM : Penggerak Pertumbuhan', 5.1 (2024), pp. 9–19.

³ Alferina Agustin and others, 'Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi', *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16 (2023), p. 33.

TRANSFORMASI UMKM: POTENSI E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN KEUNTUNGAN

ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan, sehingga UMKM dapat terus berkembang dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia di era digital.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka. Penelitian kualitatif studi pustaka merupakan metode yang fokus pada analisis dokumen atau literatur sebagai sumber informasi utama. Penelitian diawali dengan pemilihan topik utama, kemudian dilanjutkan dengan pencarian referensi yang mendukung, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel akademik, serta dokumen terkait lainnya. Informasi yang telah ditemukan kemudian dikumpulkan dan dianalisis secara sistematis untuk mendukung tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran *E-Commerce* Sebagai Penggerak Pertumbuhan Ekonomi UMKM

Digitalisasi melalui *e-commerce* telah menjadi faktor pendorong utama dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM di Indonesia. Keberadaan platform digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar yang sebelumnya terbatas akibat kendala geografis dan keterbatasan infrastruktur. Melalui *e-commerce*, UMKM dapat memasarkan produk jualnya tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga Nasional dan Internasional, sehingga dapat menciptakan potensi untuk peningkatan pendapatan yang lebih besar dari sebelumnya⁴.

Selain itu, integrasi *e-commerce* dalam bisnis UMKM turut berkontribusi pada efisiensi operasional. Beralih ke platform digital memungkinkan pelaku usaha mengurangi pengeluaran yang terkait dengan operasional fisik, seperti biaya sewa tempat dan sistem distribusi tradisional⁵. Dengan adanya *e-commerce* UMKM dapat lebih fokus untuk pengembangan produk serta peningkatan kualitas layanan guna memperkuat daya saing jual beli di pasar tanpa harus mengeluarkan banyak biaya untuk membayar sewa

⁴ Universitas Riau, 'Analisis Penggunaan E-Commerce Bagi UMKM Di Era Digital Dicha Putri Rezkia Bidang , Salah Satunya Bidang Ekonomi . Munculnya Perdagangan Elektronik Atau Bisa Disebut Di Kalangan UMKM . Daftar E-Commerce Yang Paling Sering Digunakan Oleh UMKM Di Indonesia', 1.1 (2024).

⁵ Moch Rifqi Shihabuddin Al Ubaidillah, M Juniar Fajrus Shalah, and Muhammad Yasin, 'UMKM Dan E-Commerce Pada Teknologi', *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2.5 (2024), pp. 07–11, doi:10.61132/menawan.v2i5.757.

toko fisik dan tenaga kerja karyawan. UMKM dapat memanfaatkan sumber daya secara optimal untuk memperkuat inovasi produk dan strategi pemasaran berbasis digital saat ini. Dalam hal ini dapat berdampak langsung terhadap peningkatan margin keuntungan dan daya saing produk di pasar ⁶.

Perluasan Pasar Melalui Platform Digital

Transformasi yang canggih juga mendorong inovasi produk dan layanan UMKM. Melalui umpan balik langsung dari pelanggan yang diperoleh by means of stage *e-commerce*, pelaku UMKM dapat melakukan penyesuaian produk secara cepat sesuai kebutuhan pasar. Inovasi ini penting untuk mempertahankan relevansi dan daya saing di tengah persaingan yang semakin maju. Namun, UMKM menghadapi beberapa tantangan ketika menggunakan *e-commerce*, termasuk rendahnya literasi komputer, keterbatasan akses terhadap teknologi informasi, dan kekhawatiran tentang keamanan transaksi yang dilakukan secara daring atau online. Hambatan-hambatan ini perlu diatasi agar UMKM dapat secara ideal memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh *e-commerce* untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka ⁷.

Dengan tujuan meningkatkan kemampuan pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam mengelola bisnis mereka secara online, pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan terus berkomitmen untuk mendukung digitalisasi UMKM. Program pelatihan, pendampingan, serta penyediaan infrastruktur lanjutan menjadi bagian dari upaya mempercepat adopsi *e-commerce* di kalangan UMKM ⁸.

Selain itu, kemajuan transformasi digital yang berkembang sangat berpengaruh terhadap kerja sama antara UMKM, penyedia layanan *e-commerce*. Integrasi sistem pembayaran yang canggih dan layanan pengiriman yang efisien dapat mempermudah proses transaksi dan distribusi produk, yang dimana akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan reputasi bisnis UMKM. Studi kasus menunjukkan bahwa UMKM yang

⁶ W H Hidayat and N Kholik, 'Implikasi Hukum Atas Perubahan Bisnis UMKM: Strategi Adaptasi Era Digital Dan E-Commerce Di Indonesia', *Jurnal Analisis Hukum*, 1.1 (2024), pp. 70–84, doi:10.38043/jah.v7i1.5052.

⁷ Kartini Kartini and others, 'UMKM Cakap Digital Melalui Penerapan E-Commerce: Studi Empiris Di Kota Tarakan', *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10.2 (2024), pp. 318–31, doi:10.37567/alwatzikhoebillah.v10i2.2790.

⁸ Nurul Asfiah Imam Fathoni, 'Transformasi Digital Bisnis UMKM Di Indonesia Setelah Masa Pandemi', *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4. Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 (2024), pp. 10219–36 <<https://j-innovative.org/index.php/Innovative>>.

TRANSFORMASI UMKM: POTENSI E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN KEUNTUNGAN

berhasil mengadopsi *e-commerce* mengalami peningkatan omset atau keuntungan dan perluasan bagi pelanggan secara signifikan. Keberhasilan ini juga didukung oleh kemampuan UMKM dalam mengelola toko online secara profesional, memanfaatkan media sosial, dan melakukan inovasi produk yang sesuai dengan tren pasar digital⁹.

Inovasi Produk dan Layanan Melalui Transformasi Digital

Digitalisasi UMKM melalui *e-commerce* berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi menengah. Dengan meningkatnya volume penjualan dan daya saing UMKM, sektor ini dapat memberikan kontribusi yang lebih besar pada Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Oleh karena itu, transformasi UMKM digital menjadi salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Potensi *e-commerce* dalam meningkatkan keuntungan UMKM sangat besar, terutama dalam memperluas pasar, menekan biaya operasional, dan mendorong inovasi produk. Namun, keberhasilan transformasi ini memerlukan dukungan dari berbagai pihak dalam mengatasi tantangan digitalisasi dan membangun ekosistem bisnis yang inklusif dan berkelanjutan bagi UMKM.¹⁰

KESIMPULAN DAN SARAN

E-Commerce merupakan bukti dari salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan dan peningkatan keuntungan UMKM di Indonesia. Dengan memanfaatkan tahap lanjutan, UMKM mampu memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat nasional dan internasional, yang secara signifikan meningkatkan potensi pendapatan dan mempercepat pengembangan usaha. Selain itu, integrasi *e-commerce* membantu UMKM menekan biaya operasional, meningkatkan efisiensi proses bisnis, serta mendorong inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang dinamis.

Namun demikian, proses transformasi ini tidak berjalan tanpa hambatan. Kendala seperti rendahnya literasi tingkat lanjut, keterbatasan akses teknologi, dan kekhawatiran terhadap keamanan transaksi online masih menjadi tantangan nyata yang menghambat optimalisasi potensi *e-commerce* bagi sebagian UMKM. Oleh karena itu, keberhasilan

⁹ INDEF, 'Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan Umkm Di Indonesia', 2024, pp. 10–40.

¹⁰ Meida Rachmawati, 'Adopsi E-Commerce UMKM Sebagai Upaya Adaptasi Perubahan Perilaku Konsumen', *Jurnal EMT KITA*, 8.2 (2024), pp. 695–700, doi:10.35870/emt.v8i2.2377.

transformasi UMKM terkomputerisasi sangat bergantung pada sinergi dan dukungan berkelanjutan dari pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat dalam membangun ekosistem maju yang inklusif dan keberlanjutan. UMKM dapat benar-benar memanfaatkan potensi *e-commerce* untuk meningkatkan daya saing dan kontribusi terhadap perekonomian nasional.

DAFTAR REFERENSI

- Agustin, Alferina, and others, 'Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi', *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16 (2023), p. 33
- Angraini, Desti, and others, 'TRANSFORMASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO , KECIL , DAN MENENGAH (UMKM) INDONESIA ', 7.2 (2024), pp. 132–42
- Hidayat, W H, and N Kholik, 'Implikasi Hukum Atas Perubahan Bisnis UMKM: Strategi Adaptasi Era Digital Dan E-Commerce Di Indonesia', *Jurnal Analisis Hukum*, 1.1 (2024), pp. 70–84, doi:10.38043/jah.v7i1.5052
- Imam Fathoni, Nurul Asfiah, 'Transformasi Digital Bisnis UMKM Di Indonesia Setelah Masa Pandemi', *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4. Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 (2024), pp. 10219–36 <<https://j-innovative.org/index.php/Innovative>>
- INDEF, 'Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan Umkm Di Indonesia', 2024, pp. 10–40
- Kartini, Kartini, and others, 'UMKM Cakap Digital Melalui Penerapan E-Commerce: Studi Empiris Di Kota Tarakan', *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10.2 (2024), pp. 318–31, doi:10.37567/alwatzikhoebillah.v10i2.2790
- Moch Rifqi Shihabuddin Al Ubaidillah, M Juniar Fajrus Shalah, and Muhammad Yasin, 'UMKM Dan E-Commerce Pada Teknologi', *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2.5 (2024), pp. 07–11, doi:10.61132/menawan.v2i5.757
- Multidisiplin, Penelitian, Negara Berkembang, and Maghfirah Sari Azis, 'Jurnal Indragiri Transformasi Digital Pada UMKM : Penggerak Pertumbuhan', 5.1 (2024), pp. 9–19

TRANSFORMASI UMKM: POTENSI E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN KEUNTUNGAN

Rachmawati, Meida, 'Adopsi E-Commerce UMKM Sebagai Upaya Adaptasi Perubahan Perilaku Konsumen', *Jurnal EMT KITA*, 8.2 (2024), pp. 695–700, doi:10.35870/emt.v8i2.2377

Riau, Universitas, 'Analisis Penggunaan E-Commerce Bagi UMKM Di Era Digital Dicha Putri Rezkia Bidang , Salah Satunya Bidang Ekonomi . Munculnya Perdagangan Elektronik Atau Bisa Disebut Di Kalangan UMKM . Daftar E-Commerce Yang Paling Sering Digunakan Oleh UMKM Di Indonesia', 1.1 (2024)